

Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Hijab Melalui Jual Beli Online (Studi Pada Mahasiswa User Instagram di Kota Semarang)

ELVY INTAN KARTIKA SARI

(Pembimbing : DR Yohan Wismantoro, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202663@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian fashion hijab melalui jual beli online pada mahasiswa UDINUS Semarang. Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa UDINUS Semarang user Instagram yang pernah melakukan transaksi pembelian fashion hijab melalui jual beli online. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda. Hasil dari analisis berganda menunjukkan bahwa : 1) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 4) promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : kepercayaan, kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi

The Influence of Trust, Service Quality, Product Quality and Promotion on Purchasing Decision of Hijab Fashion through Online Shopping (Study on UDINUS Students Use Instagram)

ELVY INTAN KARTIKA SARI

(Lecturer : DR Yohan Wismantoro, SE, MM)

Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 211201202663@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

This research aims to know the influence of trust, service quality, product quality and promotion on UDINUS Semarang students to buy hijab fashion in online shop. This research uses 100 respondents as sample with purposive sampling technique. The population of this research is all of the UDINUS Semarang students who use instagram to buy hijab fashion in online shop.

The analytical technique used is multiple regression analysis technique. The results of this analysis are 1) Trust has a positive and significant influence on purchasing decision. 2) Service quality has a positive and significant influence on purchasing decision. 3) Product quality has a positive and significant influence on purchasing decision. 4) Promotion has a positive and not significantly influence on purchasing decision.

Keyword : Trust, Service Quality, Product Quality, and Promotion